

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Cafe Gudang Kopi di Wilayah Sidoarjo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan bersumber dari responden, anggota populasi adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pada Cafe Gudang Kopi dengan jumlah tidak terbatas (*infinite*), teknik pengambilan anggota sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan teknik *purposive sampling* tersebut diperoleh anggota sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Data tersebut diolah dengan menggunakan program SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa regresi linier berganda layak digunakan, quisionair valid dan reliabel, uji hipotesis menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci:** harga, promosi, lokasi dan keputusan pembelian

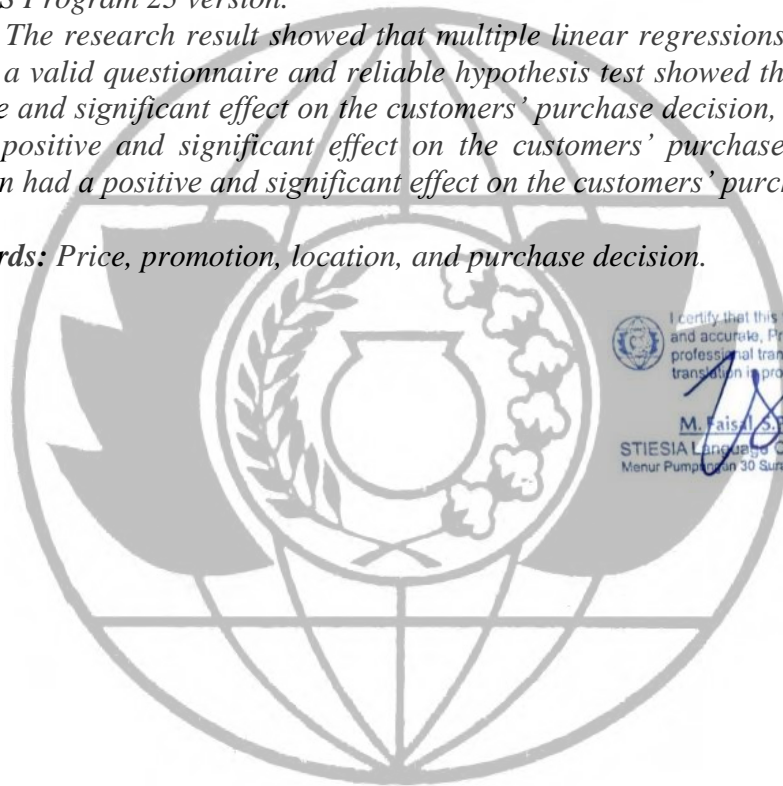
## ABSTRACT

*This research aimed to find out the effect of price, promotion, and location on the customers' purchase decisions at Gudang Kopi Cafe at Sidoarjo.*

*This research used quantitative. The research data was taken from respondents, population members were customers who have ever purchased at Gudang Kopi Cafe with the unlimited number (Infinite), the sample collection technique used purposive sampling technique i.e. sample selection with determining criteria. Based on the purposive sampling technique used 100 respondents. Moreover, the analysis used multiple tests. The data of this research was processed by SPSS Program 23 version.*

*The research result showed that multiple linear regressions were feasible to use, a valid questionnaire and reliable hypothesis test showed that price had a positive and significant effect on the customers' purchase decision, the promotion had a positive and significant effect on the customers' purchase decision, the location had a positive and significant effect on the customers' purchase decision.*

**Keywords:** *Price, promotion, location, and purchase decision.*



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day 11/2021  
*M. Faisal, S.Pd., M.Pd.*  
STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia